

PROYECTO EN CURSO

Ciencias Ambientales, Agroindustrias y de la Tierra

**Plan de negocio, producción y comercialización de set
aromáticos de uso enológico UMaza*****Business plan, production and marketing of aromatic sets for
oenological purpose UMaza****Mussato, Estefanía; Rivarola, María Fernanda y Govea, Delfina
Universidad Juan Agustín Maza*Contacto: emussato@umaza.edu.ar**Palabras clave:** negocio; gestión; enología
Key Words: *business; management; oenology*

La propuesta tiene como finalidad presentar una Unidad de Negocio en la Universidad Maza, capaz de elaborar y comercializar set aromáticas de uso enológico y académico. Se plantea elaborar productos de calidad, que aseguren la identificación de los aromas y que los mismos se mantengan en el tiempo con una excelente conservación, el cual actualmente es muy difícil conseguir en la región. Esta Unidad de Negocio, además de buscar el aumento de la rentabilidad de la Facultad de Enología y Agroindustrias y hacer énfasis en el aprovechamiento de la infraestructura (Laboratorio de Análisis Sensorial), busca cubrir la demanda de este producto, requerida por profesionales de la enología, instituciones académicas, bodegas y otros consumidores. Basados en un profundo análisis de contexto y a partir del diagnóstico favorable, se encara la formulación estratégica del proyecto, utilizando para ello algunas de las herramientas que proveen las disciplinas de gestión administrativa. El Plan de Negocio se llevará a cabo mediante 4 grandes estudios: elaboración del producto;

proceso estratégico, definiendo visión, misión y valores de la empresa, como así también estudiando variables del macroambiente y microambiente; generación de estrategias fundamentales, haciendo un análisis del mercado consumidor, mix de marketing y estrategia marcara; y, por último, una evaluación financiera, realizando un plan de ventas y de producción evaluando el análisis de costos, estados de resultado, capital de trabajo, rentabilidad, VAN y TIR, basándonos en un proyecto institucional de 2 años. A la fecha, se ha realizado un estudio de los principales competidores tanto argentinos como europeos, se ha definido la misión, visión, valores de la empresa y se ha podido evaluar que el mercado es atractivo, mediante el análisis de las variables macroambientales, utilizando las herramientas de PESTEL y PORTER. En estos momentos nos encontramos realizando ensayos de elaboración del producto y controles de calidad, como así también evaluando las variables del microambiente mediante un análisis de FODA y Matriz BGI.